

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata merupakan sebuah sektor yang dibangun dan juga dikembangkan oleh pemerintah. Undang- Undang Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009, menjelaskan bahwa Industri pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dalam bidang pariwisata yang didukung melalui berbagai fasilitas dan juga layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha dan juga pemerintah daerah. Industri pariwisata sendiri memiliki tujuan untuk membantu meningkatkan kemakmuran, serta kesejahteraan rakyat.

Perkembangan industri pariwisata dari tahun ke tahun telah memberikan dampak positif bagi perekonomian negara. Disamping itu perekonomian Indonesia juga semakin meningkat dalam pendapatan yang terus mengalami peningkatan yang pesat dan menghasilkan devisa negara bertambah. Produk berupa makanan dan minuman menjadi salah satu industri pariwisata yang terus berjalan hingga saat ini. Hal ini disebabkan karena pangan merupakan kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh setiap orang.

Cake Shop & Café merupakan salah satu industri pariwisata yang terus adadan berjalan hingga saat ini. Inovasi-inovasi atas produk juga terus menerus meningkat dan bertambah unik dengan rasa yang enak untuk dikonsumsi. Kota

Jambi merupakan sebuah kota yang ada di daerah Sumatra dan juga menjadi ibukota dari provinsi Jambi. Kota Jambi sendiri juga terbagi ke dalam beberapa kabupaten dan juga kota yaitu Kerinci, Merangin, Sarolangun, Batang Hari, Muaro Jambi, Tanjung Jabung Timur, Tanjung Jabung Barat, Tebo, Bungo, Kota Jambi, dan Kota Sungai Penuh.

TABEL 1
Penduduk Kabupaten/Kota Jambi

Kabupaten/Kota	Penduduk	
	2010	2020
Kerinci	229.500	250.300
Merangin	333.200	354.100
Sarolangun	246.300	290.100
Batang Hari	241.300	301.700
Muaro Jambi	343.000	402.000
Tanjung Jabung Timur	205.300	229.800
Tanjung Jabung Barat	278.700	317.500
Tebo	297.700	337.700
Bungo	303.100	362.400
Kota Jambi	531.900	606.200
Kota Sungai Penuh	82.300	96.600
Jambi	3.092.300	3.548.200

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Jambi (2020)

Berdasarkan pada tabel 1 tingkat penduduk kabupaten atau kota Jambi, dapat dilihat bahwa Kota Jambi menempati urutan pertama penduduk terbanyak hingga tahun 2020. Penduduk kota Jambi pada tahun 2010 adalah sebanyak 531.900 ribu orang, hingga tahun 2020 terus meningkat mencapai 606,200 ribu orang. Dapat dilihat bahwa kota Jambi memiliki keuntungan lebih karena memiliki penduduk yang lebih banyak dibandingkan kota atau kabupaten lainnya. Maka kota jambi memiliki potensi untuk dijadikan sebagai lokasi

sebuah usaha dilihat dari banyaknya jumlah penduduk dibandingkan dengan kota atau kabupaten lainnya yang masih tercakup dalam provinsi Jambi. Laju pertumbuhan penduduk yang tinggi juga turut membantu jalannya sebuah usaha dalam sektor industri pariwisata. Penulis berencana untuk membuat *cake shop & café* Pina Dessert House yang terletak di kota Jambi.

Dalam melakukan kunjungan wisata tentu diperlukan beberapa hal yang harus dipersiapkan oleh seorang wisatawan, seperti akomodasi, konsumsi dan transportasi. Untuk memenuhi hal tersebut pemilik usaha harus bisa untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman wisatawan dalam menciptakan usaha *cake shop* dan *café*.

TABEL 2
Pertumbuhan Penduduk Kota Jambi

PENDUDUK KOTA JAMBI BEDASARKAN JENIS KELAMIN								
LAKI-LAKI			PEREMPUAN			LAKI-LAKI+ PEREMPUAN		
2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
300,566	303,818	307,060	297,537	300,918	304,293	598,103	604,736	611,353

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2020)

Pada Tabel 2 menjelaskan proyeksi pertumbuhan pada penduduk kota Jambi, dapat dilihat bahwa setiap tahun pertumbuhan penduduk kota Jambi mengalami peningkatan baik jenis kelamin laki-laki ataupun perempuan. Pada tahun 2018, dapat dilihat bahwa penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan berjenis kelamin perempuan. Pada tahun 2018 jumlah penduduk laki-laki ditambah jumlah penduduk perempuan berjumlah 598,103 ribu orang. Pada tahun 2019, penduduk kota Jambi semakin bertambah.

Sehingga jumlah penduduk laki-laki ditambah perempuan pada tahun 2019 menjadi 604,736 ribu orang.

Dapat dilihat pada tahun 2020, penduduk kota Jambi terus mengalami peningkatan. Jumlah penduduk dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan menjadi 611,353 ribu orang. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan penduduk dapat memengaruhi suatu usaha yang akan dibuka.

Sektor industri makanan dan minuman memiliki minat yang besar dari penduduk karena kondisi yang terus meningkat hingga tahun 2020. Maka, Cakeshop & café Pina Dessert House berencana untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan membuka usaha di Kota Jambi yang akan menyediakan aneka makanan hidangan penutup dan beberapa minuman yang dapat dinikmati kapan saja. Cake shop & café Pina Dessert House juga akan memberikan layanan terbaik, mudah dan cepat. Walaupun mudah dan cepat, cakeshop & café Pina Dessert House akan terus memperhatikan kualitas makanan yang nantinya akan disajikan kepada pelanggannya.

Cake shop atau café merupakan sebuah sarana yang akan menyediakan jasa makanan dan minuman. Selain itu juga akan menyediakan peralatan dan perlengkapan mulai dari proses pembuatan, hingga pada proses penyajian di suatu tempat dan tidak berpindah. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Setelah diteliti oleh pemilik usaha, lokasi yang dipilih di daerah Jambi nantinya memiliki tipe-tipe tamu yang ingin memilih tempat dengan makanan yang disajikan secara cepat, tetapi tetap konsisten dan bersih. Pemilik cake shop dan café Pina Dessert House memilih lokasi tanjung pinang di Jambi,

tepatnya pada Jl. Panglima Polim dikarenakan letak yang strategis karena banyak penjual berbagai makanan dan juga padat dilewati oleh para penduduk Jambi. Sehingga lokasi ini akan menjadi lokasi yang sangat strategis.

Kota Jambi memiliki daerah yang cukup banyak, salah satunya daerah tanjungpinang yang berada di Jl. Panglima Polim. Daerah ini merupakan salah satu daerah yang dipenuhi dengan tempat-tempat yang menyediakan berbagai jenis makanan.

GAMBAR 1
Peta Lokasi Jl. Panglima Polim, Kota Jambi



Sumber: Peta Google (2021)

Pemilik usaha akan membuka usahanya di kota Jambi tepatnya di Jl. Panglima Polim yang berada di daerah tanjung pinang. Lokasi ini termasuk lokasi yang strategis dikarenakan berada di jalan yang ramai penduduk dan banyak tempat-tempat makan yang dibuka di daerah ini. Usaha ini akan dibuka oleh penulis dengan tujuan untuk memperkenalkan keunikannya tersendiri dimana seluruh produk yang akan dibuat berbahan dasar buah nanas. Usaha café tentunya memiliki pesaing di setiap tempat, tetapi keunikan pada café ini yang akan lebih mudah menarik para pelanggan. Sebagai pemilik usaha

memilih untuk membuka usaha ini dengan memberikan nama Pina Dessert House. Pina sendiri merupakan Bahasa spanyol yang memiliki arti buah nanas, selain itu dessert memiliki arti makanan penutup dan house merupakan rumah. Penulis memilih nama ini karena pemilik usaha ingin setiap orang dapat merasakan makanan penutup yang manis dan juga menyegarkan dari bahan dasar nanas dengan berbagai macam bentuk dan rasa yang berbeda di dalam sebuah tempat yang dapat disebut dengan rumah. Hal ini agar setiap orang yang menikmati makanan penutup merasakannikmatnya seperti di dalam rumah. Pemilik usaha berfikir untuk menciptakan sesuatu yang unik serta lain dari yang lain tetapi tetap memberikan kualitas yang terbaik bagi para pelanggan nantinya dengan menciptakan makanan penutup yang memiliki bahandasar nanas.

GAMBAR 2
Buah Nanas



Sumber: Google (2021)

Buah nanas menurut Harahap, et al (2019, hal. 1) merupakan salah satu komoditas buah yang memiliki banyak manfaat jika dikonsumsi. Buah nanas

memiliki banyak manfaat seperti meningkatkan kekebalan tubuh, menjaga kesehatan kulit, membantu proses pencernaan, menjaga Kesehatan jantung, mata dan masih banyak lagi. Kota Jambi sendiri merupakan salah satu penghasil buah nanas yang berada di daerah Tangkit. Penulis memiliki tujuan untuk menciptakan berbagai makanan penutup dengan modal yang kecil, tetapi disajikan dengan rasa yang enak, modern, dan juga tetap sehat untuk dikonsumsi di seluruh kalangan. serta memiliki manfaat yang baik untuk tubuh, tidak mengandung bahan pengawet serta disajikan dalam bentuk yang lebih modern. Produk yang akan diproduksi seperti *whole cake, roll cake, tart, cupcake, dessert box, pie* serta beberapa *beverages* yang juga berbahan dasar nanas.

Sebagai *owner* yang perlu dilakukan adalah melakukan penyajian yang baru dimana produk yang disediakan seluruhnya berbahan dasar nanas. Cake shop & café Pina Dessert House adalah sebuah toko yang memberikan produk baru dengan tantangan yang baru pula akan menjadi suatu peluang yang dapat membantu mengembangkan usaha tersebut. Oleh karena itu diperlukan pemasaran dan *branding* yang baik untuk mencapai sebuah keberhasilan bagi cake shop & café Pina Dessert House di kota Jambi.

Makanan hidangan penutup atau dapat disebut juga dengan *dessert* merupakan sebuah makanan yang cepat disantap, dan juga tidak terlalu membuat kenyang. Sehingga dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja. Penyajian yang dilakukan nantinya akan menggunakan *packaging* yang unik dan menyesuaikan tema dari setiap produk. Hal ini dilakukan agar dapat menarik perhatian para tamu nantinya. Cake shop & café Pina Dessert House nantinya juga akan melakukan

banyak kerja sama seperti; *Grab food, Go Food* dan media sosial lainnya, *Instagram, facebook* dan lain sebagainya semua itu berguna untuk meningkatkan penjualan dan sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat kota Jambi.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Karya studi kelayakan bisnis ini memiliki tujuan untuk memudahkan, melakukan analisis yang tepat apakah bisnis ini layak atau tidak. *Cake shop & café Pina Dessert House* akan membuat produk yang seluruhnya berbahan dasar pina (nanas). Adapun hal-hal yang menjadi tujuan sebagai berikut;

1. Tujuan Utama (*major objectivities*)

Tujuan utama dari perencanaan bisnis ini adalah menganalisis seluruh aspek yang berhubungan dengan seluruh perencanaan *cake shop & café “Pina Dessert House”* di Jambi, untuk membuktikan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan (*Feasible*)

a. Aspek Pemasaran

Dalam bentuk pemasaran, *Cake shop & café Pina Dessert House* ini memiliki tujuan atau target pasar yang dimulai dari remaja hingga dewasa. Hal ini dikarenakan konsep dalam bentuk *cake shop & café Pina Dessert House* memiliki konsep yang modern dan kekinian. Hal ini akan sangat menarik perhatian di kalangan remaja, anak muda, dan juga orang dewasa. Dengan tersediannya aneka rasa dan produk, unik yang akan di produksi oleh *cake shop & café Pina Dessert House* yang keseluruhannya berbahan dasar dari buah nanas. Dengan adanya *cake shop & café Pina Dessert*

House maka diharapkan dapat menarik perhatian seluruh kalangan masyarakat ingin menikmati dan merasakan cita rasa dari produk-produk yang unik tersebut.

b. Aspek Operasional

Dalam aspek operasional ini, *Cake shop & café* Pina Dessert House akan menguraikan berbagai jenis-jenis kegiatan yang akan dilakukan. Di dalam kegiatan ini memiliki potensi dalam mencapai setiap target pasar yang telah ada. Visi dan misi yang dimiliki oleh *Cake shop & café* Pina Dessert House ini akan berusaha semaksimal mungkin untuk menyesuaikan setiap kegiatan pelayanan hingga fasilitas yang akan disediakan dengan baik. *Cake shop & café* Pina Dessert House juga akan mengolah setiap bahan yang ada dengan sangat baik hingga sampai kepada pelanggan, dan berusaha untuk dapat memenuhi keinginan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Cake shop & café Pina Dessert House akan melakukan perekrutan sumber daya manusia melalui beberapa tahap, apabila telah lulus wawancara karyawan akan langsung diperkenalkan dan mendapat penjelasan, dan pelatihan dari *cake shop & café* Pina Dessert House. Karyawan secara *continue* mendapat pelatihan agar standar kualitas pelayanan sesuai dengan *standard* pelayanan *cake shop & café* Pina Dessert House.

d. Aspek keuangan

Pemilik usaha akan melakukan analisis keuangan memperhitungkan segala

kebutuhan produksi yang akan digunakan, menghitung seluruh keuntungan laba, dan juga kerugian yang bisa saja terjadi selama operasional. Serta membuat laporan-laporan keuangan yang dibutuhkan selama jalannya usaha.

2. Sub Tujuan (*minor objectives*)

- a. Menciptakan inovasi baru dimana bahan dasar buah nanas akan menjadi menu utama yang akan disajikan oleh *cake shop & café* Pina Dessert House.
- b. Membuka lapangan pekerjaan di dalam bidang *food and beverages* guna untuk membantu masyarakat yang membutuhkan pekerjaan di sekitar daerah dibukanya *cake shop & café* Pina Dessert House.
- c. Membantu meningkatkan perekonomian di industri pariwisata khususnya pada sub bidang *food and beverages*.
- d. Menciptakan produk-produk dengan cita rasa beragam serta layak untuk dikonsumsi oleh seluruh kalangan.

C. Metodologi

Metodologi penelitian merupakan sebuah cara ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan serta mendapatkan data yang berguna bagi peneliti di dalam memecahkan suatu masalah penelitian. Untuk menghasilkan sebuah studi kelayakan bisnis di dalam bentuk yang akurat maka dibutuhkan sebuah data yang *valid* dan juga *reliable*.

Dalam perencanaan bisnis *cake shop & café* Pina Dessert House akan digunakan beberapa bentuk data yang dapat mendukung analisa dari studi

kelayakanbisnis yang akan dijalankan, sehingga mendapatkan hasil yang akurat. Untuk mendapatkan data tersebut maka diperlukan rancangan penelitian. Untuk memenuhi hal tersebut, cake shop & café Pina Dessert House akan menggunakan metode berikut:

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 38), Data Primer adalah:

“Information is best obtained by other methods such as interviewing people, observation, or by administering questionnaires to individuals. Such data that the researcher gather’s firsthand for the specific purpose of the study are called primary data.”

Menurut pengertian data primer di atas, dapat disimpulkan bahwa data primer merupakan data yang cara didapatkannya secara langsung, untuk kepentingan dalam penelitian. Data Primer tersebut dapat diperoleh dari beberapa metode berikut:

a. Metode Survey dengan Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 143), Kuesioner adalah:

“Questionnaires are generally designed to collect large numbers of quantitative data. They can be administered personally, distributed electronically, or mailed to the respondents.”

Menurut pengertian di atas, kuesioner dapat disimpulkan sebagai, sebuah data yang umumnya dibuat dan juga didesain untuk dapat mengumpulkan data kuantitatif dalam jumlah yang cukup besar. Kuesioner

tersebut dapat diberikan secara langsung, dibagikan melalui distribusi elektronik, dan juga bisa melalui email. Didalam sebuah rancangan bisnis dibutuhkan pengumpulan pernyataan-pernyataan tertulis yang akan diajukan oleh peneliti yang akan menghasilkan bermacam- macam jawaban alternatif dan juga dapat diuji validitas dan reliabilitasnya.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 81) Teknik sampling merupakan sebuah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) untuk menentukan metode penentuan sampel dapat dilakukan melalui dua cara yaitu *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*.

1) *Probability Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 243)

“These probability sampling procedures offer a viable, and sometimes more efficient, alternative to the unrestricted design we just discussed.”

Berdasarkan pada sumber yang telah dijelaskan di atas, dimana teknik ini merupakan sebuah teknik yang efisien dan memiliki kepastian dimana teknik tersebut memberikan beberapa alternatif dalam menjalankannya.

2) *Non-Probability Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 267)

“The elements in the population do not have any probabilities attached to their being chosen as sample subjects.”

Berdasarkan sumber yang telah di dapatkan, *Non-Probability Sampling*

merupakan sebuah unsur di dalam populasi yang tidak memiliki probabilitas, terkait dengan pemilihan sebagai subjek sampel dan masing-masing subjek sampel tersebut tidak memiliki kesempatan yang sama.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka Teknik yang akan digunakan adalah Teknik probability sampling dimana Teknik ini dapat memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk memilih dan menjadi bagian dari sampel yang digunakan. Didalam sebuah rancangan atau perencanaan bisnis sangat dibutuhkan yang namanya pengumpulan data yang akurat. Maka harus dilakukannya pengumpulan sampling melalui populasi yang ada. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 250) populasi merupakan sebuah segmen yang pertama-tama harus di bagi kedalam bagian tertentu. Dalam pembentukan cake shop dan café Pina Dessert House ini akan mencari populasi di kota Jambi dari berbagai kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas. Saat ini cake shop dan café sangat digemari oleh seluruh kalangan. Hal ini dikarenakan cake shop dan café Pina Dessert House akan menyediakan berbagai makanan penutup yang manis dan beberapa minuman yang berbahan dasar nanas. Cake shop dan café Pina Dessert House juga bisa menjadi tempat bersamatemam-teman dan juga keluarga. Saat pengumpulan data akan menggunakan metode teknik *simple random sampling*. Setiap responden dapat memilih subjek untuk dijadikan sampel penelitian. Penelitian ini akan menggunakan teori hair. Untuk menentukan minimal jumlah sampel penelitian maka akan dilihat dari jumlah variable yang akan dikalikan 5.

b. Observasi Langsung

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 139)

“An obvious and appropriate technique to study actions and behavior”

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka Teknik observasi langsung ini merupakan sebuah teknik yang berdasarkan pada tindakan dan juga perilaku. Maka dengan teknik observasi ini akan dilakukan observasi langsung ke daerah atau tempat dimana rancangan bisnis ini akan dibangun untuk dilihat apakah kondisi tempat tersebut kondusif, ramai dan banyak pengunjung jika usahayang dirancang akan dibuka di kota tersebut. Untuk cake shop dancafé Pina Dessert House sendiri akan dibuka di kota Jambi yang terletak di daerah Tanjung Pinang.

c. Wawancara

Menurut Sekaran dan Bougie (2017, hal. 75) wawancara merupakan percakapan searah ataupun tidak terarah antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung melalui telepon, tatap muka, atau *online*.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 37), Data sekunder :

“Secondary data are data that have been collected by others for another purpose.”

Berdasarkan pernyataan di atas, maka data sekunder merupakan sebuah data dimana data tersebut didapatkan oleh peneliti, tetapi data tersebut telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan penelitian lain yang sedang dilakukan saat ini. Dalam hal ini peneliti mengelolah data yang sudah ada.

Datasekunder ini berfungsi untuk mendukung atau memberikan informasi primer yang telah didapatkan oleh peneliti yaitu data yang berbentuk buletin statistik, publikasi yang dibuat oleh pemerintah, informasi yang sudah dipublikasikan atau belum dipublikasikan, situs *web*, dan juga internet.

Setelah keseluruhan data terkumpul, maka akan dilakukan adanya analisis data. Analisis data ini berguna untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan menghasilkan sebuah hipotesis yang mendukung atau tidak. Untuk menghasilkan data yang akurat dan tepat maka diperlukan data yang valid dan reliabel. Data yang dianalisis nanti akan menggunakan sebuah alat untuk membedakan variabel yang satu dengan lainnya yaitu *likert scale*, Skala *likert* adalah sebuah alat atau sebuah mekanisme yang digunakan oleh seseorang untuk membedahkan variable yang satu dengan yang lain (Sekaran & Bougie, 2016). Skala yang digunakan untuk meneliti adalah *Likert scale*, dimana digunakan dan dibuat untuk meneliti seberapa besar responden setuju atau tidaksetuju terhadap pernyataannya (Sekaran & Bougie, 2016). *Likert Scale* yang akan dipakai terbagi menjadi *Nominal Scale* dan *Interval Scale*. *Nominal Scale* memungkinkan peneliti untuk mendapatkan subjek pada kategori tertentu. *Interval Scale* adalah sebuah skala yang menyediakan perbedaan, urutan, dan persamaan dari keseluruhan responden (Sekaran & Bougie, 2016). Dalamkuesioner, hasil dari *Interval Scale* bervariasi dari angka satu sampai enam, angka satu untuk pernyataan sangat tidak setuju (STS), angka dua untuk pernyataan tidak setuju (TS), angka tiga untuk pernyataan agak tidak setuju (ATS), angka empat untuk

pernyataan agak setuju (AS), angka lima untuk pernyataan (S), dan angka enam untuk pernyataan sangat setuju (SS). Teori yang digunakan adalah teori hair et al, dimana jumlah indikator yang ada dikalikan 5 untuk mendapatkan jumlah responden yang harus dikumpulkan.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Menurut Muharto (2020, hal. 6) Pariwisata merupakan sebuah gejala sosial yang kompleks dimana menyangkut keseluruhan aktivitas manusia yang meliputi seluruh aspek seperti psikologis, ekonomi, budaya, sosiologis dan sebagainya. Pariwisata juga merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan wisata merupakan sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang dengan tujuan untuk mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, ataupun juga mempelajari keunikan dari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan berwisata.

2. Wisata Kuliner

Menurut Siregar et al (2020, hal. 24) wisata kuliner merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan juga mengesankan bagi mereka untuk terus diingat.

Wisata kuliner menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (International Culinary Tourism Association/ICTA) adalah sebuah kegiatan makan dan minum para wisatawan dari seluruh negara dan dilakukan dengan cara yang unik. Wisata kuliner pada saat ini dapat dilakukan dimana saja, bukan hanya diluar saja tetapi masakan-masakan atau produksi rumahan dapat menjadi salahsatu wisata kuliner bagi para wisatawan yang berkunjung.

3. Café

Definisi *café* menurut Istiarni dan Triningsih (2018, hal. 82) merupakan sebuah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji danmenyuguhkan makanan-makanan ringan serta tempat minum-minuman beralkohol ataupun tidak beralkohol. *Café* juga memiliki suasana santaiatau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Menurut ahli lain pengertian *café* atau cape adalah suatu restoran kecil yang berada di luar hotel. *Café* memiliki pilhan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapitersedia minuman sejenis bir, *soft drink*, teh, kopi, rokok, cake, cemilan,dan lain-lain.

Menurut *Dictionary of English Language and Culture, Longmancafé* adalah restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, *café* biasanya digunakan orang untuk bersantai. Selain itumenurut *The New Dictionary and Theosaurus*, *café* merupakan restoran murah yang menyediakan makanan yang mudah diolah atau dihidangkan kembali.

4. Sejarah *Café*

Cafe pertama kali muncul tahun 1878. Cafe tertua di Indonesia bernama Tek Sun Ho, didirikan oleh Liaw Tek Soen. Jauh sebelum kafe Tek Sun Ho, sebenarnya kedai kopi sudah banyak berdiri di negeri ini sejak empat abad silam. Pada tahun 1696, India mengirimkan benih kopi Arabica kepada pemerintahan Belanda di Batavia (Jakarta) untuk ditanam, tapi gagal tumbuh akibat banjir. Baru pada pengiriman selanjutnya, benih kopi dapat tumbuh. Seiring perkembangan zaman, kafe yang semula menyediakan menu utama minuman kopi, kini telah dimodifikasi layaknya restoran yang menyediakan ragam makanan (Triza et al., 2019). Cafe yang semula menjadi tempat persinggahan sejenak untuk melepas penat sembari menikmati secangkir kopi, kini telah berubah menjadi tempat multifungsi layaknya tempat wisata untuk nongkrong, berfoto, dan berdiskusi. Para pengusaha kafe penting mempelajari teoribisnis perkafean agar cepat maju. Saat membuka Cafe, kesalahan yang kadang bahkan kerap terjadi, contohnya perencanaan bisnis tidak matang. Akibatnya, Cafe berjalan seadanya, mati segan hidup tak mau. Bahkan sebagian pengusaha Cafe memutuskan mundur lantaran tidak mampu berkompetisi. Para pengusaha Cafe gagal antara lain karena menganggap idenya paling baik, sehingga sulit menerima kritik atau masukan. Padahal ide bagus tidak cukup. Ia harus bekerja sama dengan para karyawan, terkait cara memikat hati pelanggan. Misalnya membahas menu, tempat, dan lain-lain. Pengusaha harus terus *sharing*, terlebih dengan yang kompeten di bidangnya. Hal lain yang menyebabkan kegagalan yaitu perencanaan keuangan yang tidak realistis. Jangan berekspektasi terlalu tinggi dalam menghitung

keuntungan. Pertimbangkan juga realitas keseharian seperti kemungkinan kenaikan harga pokok produksi, bahan bakar, dan sebagainya.

5. *Pastry*

Pastry merupakan suatu bagian dari *food product* ataupun dapur yang terdapat di dalam lingkup *food and beverages department* dan memiliki tugas di dalam pembuatan makanan penutup, *snack* atau makanan pengiring minuman, seperti misalnya kue dan roti.

6. *Dessert*

Menurut Laili Hidayati (2021, hal. 100) *dessert* atau hidangan penutup merupakan hidangan yang disajikan setelah hidangan utama selesai. *Dessert* juga memiliki istilah pencuci mulut. Istilah ini muncul karena hidangan penutup ini memiliki rasa yang manis dan juga menyegarkan saat di santap, dengan kombinasi rasa lain seperti asam ataupun asin. Maka hidangan penutup ini akan disajikan paling terakhir dan memberikan aroma yang kuat serta menyegarkan.

7. Tipe Restoran

Terdapat beberapa tipe restoran menurut Sudarmayasa dan Uhai (2020, hal. 94):

a. *Table D'Hote Restaurant*

Table D'Hote Restaurant merupakan sebuah restoran yang memiliki spesialisasi khusus untuk menjual makanan dengan menu yang lengkap, dimulai dari hidangan pembuka sampai pada hidangan penutup. Setiap

menu juga bervariasi dan juga telah memiliki harganya masing-masing. Harganya pun bervariasi sesuai dengan tiap menu yang akan disajikan.

b. *Coffee shop / Brasserie*

Tipe restoran seperti ini biasanya akan ada pada sebuah hotel, dimana akan menyediakan bermacam-macam menu untuk para tamu yang ada. Menu akan terdiri dari menu makan pagi, siang, dan juga makan malam. Restoran ini memiliki maksud agar setiap tamu tidak perlu bersusahpayah untuk mencari makanan diluar hotel karena sudah tersedia di dalam hotel. Biasanya dijual dalam bentuk prasmanan secara cepat saji dan dengan harga yang *relativemurah*.

c. *Kafetaria / café*

Kafetaria merupakan sebuah restoran kecil yang memiliki tujuan utama dalam penjualan kue-kue, kopi, dan juga teh. Biasanya kafe memiliki desain yang menarik dan unik untuk menarik pelanggan. Kafe biasa akan menjadi tempat yang nyaman untuk ngobrol, nongkrong, dan juga menjadi tempat untuk membicarakan sebuah bisnis. Selain itu juga, kafe biasanya akan mengadakan tambahan hiburan seperti *live music* untuk menambah daya tarik para pengunjung kafe tersebut.

d. *Kantin*

Kantin merupakan sebuah restoran yang dapat di temui di Gedung, kantor, pabrik, ataupun sekolah-sekolah. Kantin juga akan menyediakan menu-menu yang cukup lengkap dan dijual dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan restoran-restoran lainnya.

e. *Dining Room*

Dining room merupakan sebuah restoran yang biasanya adadi hotel kecil (motel), *dining room* merupakan tempat yang lebih ekonomis dari tempat makan biasa lainnya. Kelebihan dari *dining room* sendiri dapat tetap dikunjungi oleh tamu luar tidak hanya tamu yang tinggal di dalam hotel itu saja.

f. *Inn Tavern*

Inn tavern merupakan sebuah restoran yang dikelola oleh perorangan, yang menjadi sebuah usaha. Harga yang dijual akan jauh lebih murah dibandingkan dengan restoran lainnya.

g. *Pizzeria*

Pizzeria merupakan tipe restoran yang menjual khusus untuk pizza saja. Restoran tipe *pizzeria* ini sangat cocok bagipara pecinta makanan italia.

h. *A La Carte Restaurant*

Restoran ini memiliki izin penuh untuk menjual makanan yang sangat bervariasi. Para pelanggan pun bebas untuk memilih makanan yang mereka kehendaki dan dijual sesuai dengan jenis nya dan harga yang berbeda-beda.

i. *Snack bar / milk bar*

Sebuah restoran yang memiliki tempat tidak terlalu luas, dengan pelayanan

yang sangat cepat. Para pelanggan akan mengambil makanan melalui *counter* lalu membawanya sendiri ke meja makan. Restoran ini juga dikenal dengan sebutan restoran cepat saji (*fast food*).

8. Klasifikasi Restoran

Terdapat beberapa klasifikasi restoran secara general menurut Sudarmayasa dan Uhai (2020, hal. 94):

a. *Formal Dining Room*

Restoran ini merupakan *high class restaurant*. Restoran ini juga memiliki model yang sangat eksklusif dan juga diperuntukkan pada tamu yang mampu untuk menikmatinya. Jenis restoran seperti ini merupakan jenis restoran yang terdapat di hotel besar, tempat ini menjual makanan dengan harga yang tinggi dan jauh lebih tidak ekonomis dibandingkan dengan tempat-tempat makan biasalainnya. Pada dasarnya, restoran bentuk seperti ini lebih diperuntukkan dan disediakan bagi para tamu yang tinggal di hotel tersebut, tetapi para tamu luar juga dapat datang untuk menikmati restoran tersebut.

b. *Informal Dining Room*

Restoran ini bersifat tidak formal. Restoran ini merupakan sebuah industri jasa yang melakukan pelayanan makanan dan juga minuman. Restoran ini dikelola secara *professional* dan mengutamakan dari kecepatan pelayanan, praktis, dan frekuensi pergantian pelanggan yang sangat cepat. Contohnya seperti *café, fast food, snack bar*, dan lainnya.

c. *Specialities Restaurant*

Restoran ini merupakan sebuah industri jasa layanan makanan dan juga minuman yang dikelola secara *professional*, Restoran ini merupakan tipe restoran yang menjual makanan khas dari sebuah negara, hingga suasana dan juga dekorasinya disesuaikan dengan ciri khas dari negara tersebut.

Tipe restoran dari cake shop dan café Pina Dessert Houses sendiri adalah *informal dining room* karena berbentuk café. Café ini akan memiliki desain yang natural. Didesain sesuai dengan nama Pina yang berarti nanas, dengan nuansa warna kuning yang cerah dan diberikan aksent-aksent bunga yang menjadikannya lebih manis.

9. Klasifikasi Layanan

Menurut Riadi (2017), klasifikasi layanan terhadap restoran terdiri dari beberapa tipe:

a. *Table Service*

Table service merupakan sebuah sistem pelayanan restoran yang dimana para tamu akan duduk menghadap meja makan, lalu seluruh makanan dan minuman diantarkan kepada tamu. Waiter akan memiliki peran untuk mengantarkan makanan dan minuman kepada tamu. Sistem pelayanan *table service* ini memiliki beberapa tipe didalamnya yang terkenal yaitu *American service, English service, French service, dan Russian service.*

b. *Counter Service*

Counter service merupakan sebuah pelayanan restoran dimana para tamu akan datang dan duduk di *counter*. Ketika makanan dan minuman telah

siap, maka makanan yang sudah dipesan akan disajikan kepada para tamu di atas *counter*. Para pelayan akan menyajikannya kepada tamu. Model pelayanan seperti ini akan lebih mudah, praktis dan juga menghemat waktu.

c. *Self Service*

Self Service bisa disebut juga dengan *buffet service* merupakan sistem pelayanan sebuah restoran dimana seluruh makanan telah tertata secara lengkap dan rapi di atas meja seperti sistem prasmanan. Para pelanggan akan bebas dengan mudah untuk mengambil hidangan sesuai dengan keinginan para tamu.

d. *Buffet Service*

Buffet Service merupakan sebuah sistem pelayanan dimana makanan telah ditata di atas meja, makanan yang disajikan juga bervariasi dan sederhana. Banyak tipe restoran saat ini yang menggunakan tipe pelayanan seperti ini, karena banyak digandrungi oleh banyak orang.

e. *Carry Out Service*

Carry out service juga dapat disebut dengan *take out service*. Sistem ini merupakan sistem pelayanan di restoran dimana para pelanggan membeli makanan yang telah disiapkan terlebih dahulu, lalu akan dikemas di dalam sebuah kotak. Makanan yang telah dibeli tidak langsung di makan ditempat tersebut tetapi di bawa pulang untuk dinikmati diluar restoran.

Cake shop & café Pina Dessert House merupakan cake shop dan café yang akan menggunakan *counter service* dan juga *carry out service*. Para tamu

akan datang ke café kemudian memesan dan mengambil makanannya melalui meja *counter* yang telah disediakan. Jika makanan yang dihidangkan belum dapat disajikan secara langsung maka makanan tersebut akan diantarkan oleh *server* ke meja pelanggan. Selain itu untuk cake shop & café Pina Dessert House, tamu dapat melakukan *carry out service* dimana tamu membeli barang tersebut dan di bawapulang.

10. Tipe-tipe menu

Menurut Wani, Tanuwijaya, dan Arfiani (2019, hal. 17-18) tipe menu terdiri dari:

a. *A'la carte menu*

A'la carte menu merupakan sebuah bentuk menu yang sangat umum. Menu ini memiliki berbagai item makanan atau minuman secara bebas dan bermacam-macam. Selain itu setiap porsi dari menu makananyang ada sudah memiliki harga yang berbeda-beda.

b. *Table d'hote*

Table d'hote merupakan sebuah menu yang menawarkan pilihan yang lebih sedikit di dalam satu paket terdiri dari dua sampai tiga golongan makanan dengan harga yang telah di tetapkan di setiap paket nya. Biasanya jenis menu hidangan ini merupakan hidangan yang *popular*. Lalu juga dapat menambah *item* khusus dengan harga tambahan yang akan dibayarkan oleh para tamu.

Cake shop & Café Pina Dessert House merupakan sebuah tempat yang menjual berbagai hidangan penutup yang berbahan dasar nanas yang

memiliki harga dan porsi yang berbeda-beda pada setiap produknya, untuk itu jenis menu yang digunakan adalah *a la carte* dimana menu yang disajikan berisikan nama makanan dan harga untuk setiap porsinya, hal ini bertujuan agar para pelanggan bisa memilih apa yang mereka sukai, berdasarkan bentuk dan juga rasa yang unik dan berbeda-beda pada setiap produk.

11. Konsep Bisnis

Dari keseluruhan teori yang telah dijelaskan dan juga dipaparkan, Cake Shop & Café Pina Dessert House merupakan salah satu bentuk industri pariwisata. Cake Shop & Café Pina Dessert House merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang F&B yang menawarkan berbagai menu *dessert* yang terbuat dari bahan dasar nanas. Bentuk produk kue yang akan dijual berupa *dessert box, roll cake, whole cake, tart, pie*, dan juga *cupcake*. Variasi setiap produk juga akan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Cake Shop & Café Pina Dessert House juga akan menyediakan menu minuman yang juga berbahan dasar nanas seperti teh, minuman bersoda, jus, susu dan lainnya. Tipe restoran dari cake shop dan café Pina Dessert House sendiri adalah *informal dining room* karena berbentuk café. Café ini akan memiliki desain yang natural. Didesain sesuai dengan nama Pina yang berarti nanas, dengan nuansa warna kuning yang cerah dan diberikan aksesoris bunga yang menjadikannya lebih manis.

Konsep pelayanan dari Cake Shop & Café Pina Dessert House akan menggunakan sistem layanan *counter service* dan juga *carry out service*.

Para tamu akan datang ke café kemudian memesan dan mengambil makanannya melalui meja *counter* yang telah disediakan. Jika makanan yang dihidangkan belum dapat disajikan secara langsung maka makanan tersebut akan diantarkan oleh *server* ke meja pelanggan. Selain itu untuk cake shop & café Pina DessertHouse, tamu dapat melakukan *carry out service* dimana tamu membeli produk tersebut yang akan disajikan dalam box dan akan di bawa pulang. Selain *dine-in* dan *takeaway* para pelanggan dalam melakukan pemesanan *online* melalui jasa GrabFood dan GoFood. Jenis menu yang akan digunakan adalah *a la cart* menu, dimana menu ini berisikan nama makanan dan harga untuk setiapnya, hal ini bertujuan agar para pelanggan bisa memilih apa yang mereka sukai, berdasarkan bentuk dan juga rasa yang unik dan berbeda-beda pada setiap produk. Cake Shop & Café Pina Dessert House akan berlokasi di Jl. Panglima Polim daerah tanjung pinang kota Jambi. Lokasi ini merupakan salah satu lokasi yang strategi untuk membuka suatu usaha. Cake Shop & Café Pina Dessert House akan buka setiap hari pada pukul 10.00 pagi hingga 22.00 malam hari.